INDICE

PARTE PRIMA

9 CAPITOLO PRIMO

La televisione dopo la televisione
di Alberto Marinelli

33 CAPITOLO SECONDO

La televisione nei processi di convergenza. Sistemi tecnologici e modelli della Connected Television
di Alberto e Giulia Marinelli

91 CAPITOLO TERZO

La tv delle interfacce: oltre il telecomando, oltre lo schermo
di Emmanuel Mazzucchi

131 CAPITOLO QUARTO

Misurare la complessità. Modelli di analisi delle audience nella cultura della convergenza
di Romana Andò

177 CAPITOLO QUINTO

Verso una reinvenzione del business della *Televisione*
di Giandomenico Celata e Marco Stendardo

PARTE SECONDA

217 CAPITOLO SESTO

Le strategie dei *broadcaster*: alta definizione e personalizzazione del consumo
di Marcello Berengo Gardin

6
229 CAPITOLO SETTIMO
Rai.tv nell'ecosistema della Connected Television
di Giampaolo Rossi

235 CAPITOLO OTTAVO
Quando la televisione sarà multiscreen?
di Annarita Chiesa

241 CAPITOLO NONO
Nuovi modelli di business da Web tv
di Antonio Pavolini

261 CAPITOLO DECIMO
Un modello di business sostenibile per l'industria dei contenuti web
nativi
di Andrea Materia

271 CAPITOLO UNDICESIMO
Contenuti iperlocali nella tv della convergenza
di Francesco Soro e Annalisa De Luca

283 BIBLIOGRAFIA

300 GLI AUTORI